

# The next big thing?

Sprechen wir bald alle mit Maschinen? Markus Huber, Chef der SMC Social Media Com, über den aktuellen Chatbot-Hype.

## Gastkommentar

••• Von Markus Huber

WIEN. Das Silicon Valley befindet sich im Chatbot-Fieber. Dabei handelt es sich um digitale Assistenzsysteme, die in der Lage sind, mit Menschen zu kommunizieren. Sie sollen künftig Suchzeiten auf Dienstleistungs- und Einkaufsportalen verkürzen und gleichzeitig die Anzahl an Plattformen und Apps reduzieren. Bis es so weit ist, dürfte es allerdings noch ein wenig dauern.

### Einfaches Handling

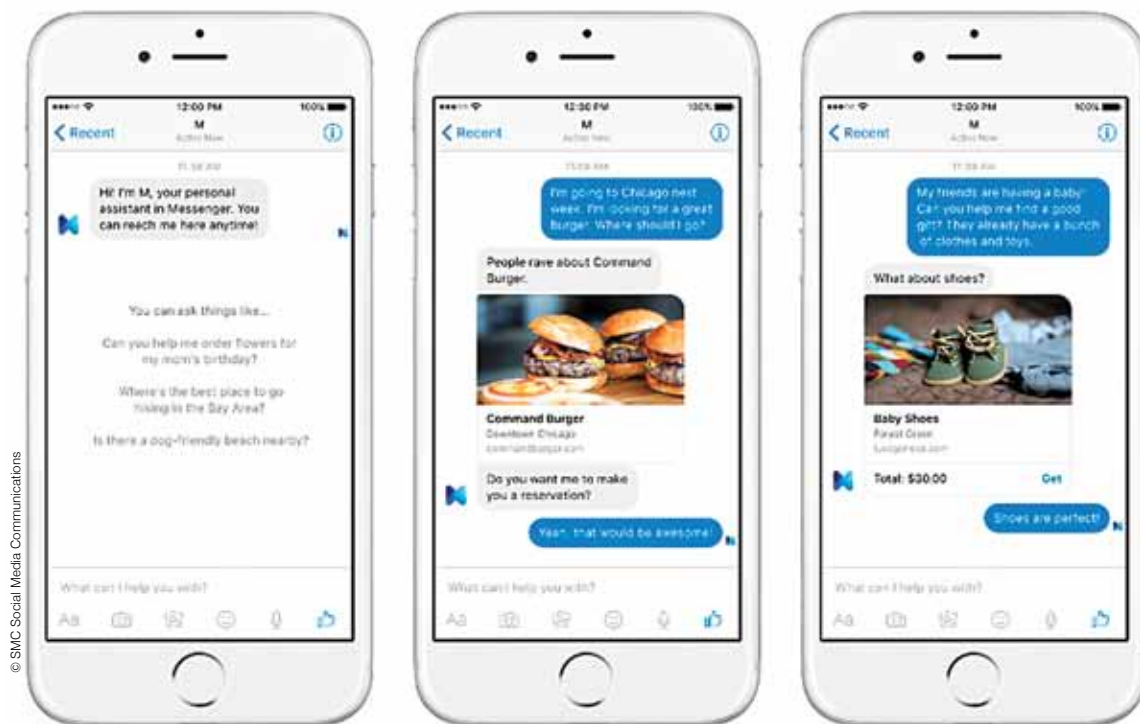
Wer heute ein Produkt kaufen möchte, ist automatisch auf mehreren Plattformen unterwegs: Er muss eine Website oder eine App öffnen, um die Produkte zu durchsuchen, in den Warenkorb zu legen und zu bestellen. Hat er Fragen, wendet er sich über einen integrierten Livechat oder per Mail an den Kundensupport.

Nach dem Einkauf erhält er eine Bestellbestätigung per Mail, eine weitere Mail, wenn das Produkt versandt wurde und schließlich eine Rechnung. Das zwingt den Nutzer, mehrere Plattformen/Kanäle zu nutzen, über die unterschiedliche Konversationen laufen. Das ist kompliziert und benutzerunfreundlich.

Chatbots sollen Unternehmen nun die Möglichkeit bieten, diesen Prozess massiv zu vereinfachen. Statt auf eigene Apps, sollen sie künftig auf Kommunikationsplattformen, wie den Facebook Messenger, setzen.

### Win-Win-Situation

Mittels einer Entwickler-Schnittstelle ist es bereits möglich, Chatbots für den Messenger des eigenen Unternehmens zu bauen. Useranfragen oder Bestellungen laufen dann zur Gänze über den Chatbot ab. So können Kunden Produk-



© SMC Social Media Communications

te innerhalb des Messengers entdecken, den Kundensupport kontaktieren, Bestätigungen als Nachricht erhalten und sofort über den Status ihrer Bestellung informiert werden.

Der Nutzer hat somit die gesamte Konversation jederzeit, jederzeit und vor allem „gesammelt“ im Messenger verfügbar – eine Win-Win-Situation für User, Unternehmen, Werber und vor allem für große Plattform-Betreiber wie Facebook.

### Experte

Markus Huber ist Geschäftsführer der zur Reichl und Partner Group gehörenden SMC Social Media Communications GmbH.



© SMC/Matthias Witzany

### Big Player setzen auf Chatbots

Facebook, Google und Co wollen, dass User so viel Zeit wie möglich auf ihren Plattformen verbringen. Dadurch steigen die durch Werbeeinnahmen generierten Umsätze – wie wir wissen, die Haupteinnahmequelle dieser Unternehmen. Die Nutzer sollen wiederum von den Chatbots profitieren, da sie nicht mehr für jeden Dienst eine eigene App installieren und nutzen müssen.

Facebook hat im April auf seiner Entwicklerkonferenz F8

### Alternative

Studien zufolge beschränken sich 65% der Smartphone-User in den USA auf ihre Apps und verzichten auf die Installation neuer; Chatbots (Beispiel oben) können diesen Trend umgehen.

gezeigt, wie es sich seine – und damit die Zukunft der Internetnutzung – vorstellt; dabei wurden auch die Chatbots für Messenger vorgestellt.

Das Besondere an den Facebook-Chatbots: Mittels QR-Code oder Short-URL kann die Kommunikation mit dem Bot starten. So scannt man beispielsweise einen QR-Code auf einem Werbeplakat, und automatisch öffnet sich ein Chatbot, der die dazu passenden Produkte anzeigt. Durch das einheitliche Interface des Messen-



© panthermedia.net/Oleksiy Mark

”

*Wir werden in absehbarer Zeit bei einer Telefonhotline nicht mehr unterscheiden können, ob uns ein Mensch oder ein Chatbot antwortet.*



© panthermedia.net/GeorgeRudy

“

gers soll die User Experience aufgewertet und dem User die Eingabe erleichtert werden.

Erst vor Kurzem hat auch Microsoft einen Tourismus-Chatbot präsentiert, der dem Nutzer von der Hotelbuchung bis hin zur Zimmerauswahl unterstützen soll. Aktuell wird an einer Chatbot-Plattform gearbeitet, die solche Programme für verschiedenste Lebenslagen in diverse Kommunikationsdienste bringen soll.

**Große Potenziale**

Chatbots kämpfen aktuell noch mit Kinderkrankheiten, könnten aber unsere bestehenden Kommunikationssysteme beträchtlich erweitern.

**Kampfansagen an App Stores**

Wenn nun viele Unternehmen ihr Augenmerk von eigenständigen Apps auf Chatbots verlagern, wird das den App-Store-Anbietern nicht gefallen. Messenger – und damit zukünftig auch Chatbots – gibt es für alle großen mobilen Betriebssysteme, was Entwicklern ihre Arbeit wesentlich erleichtert.

Aktuelle Anwendertests jedoch zeigen: Die Chatbots stecken noch in den Kinderschuhen und sind weit davon entfernt, nützliche und vollwertige Assistenten zu sein; mit den

herkömmlichen Apps können sie noch nicht konkurrieren.

**Teil eines Systems**

Sind Chatbots also tatsächlich „the next big thing“? Aus meiner Sicht sind Chatbots aktuell immer Teil eines bereits bestehenden Systems und erweitern dieses um ausgefallene und neue Features.

Ich bin mir allerdings auch sicher, dass wir in absehbarer Zeit bei einer Telefonhotline nicht mehr unterscheiden werden können, ob uns dort ein Mensch oder ein Chatbot antwortet.

**Entwicklerfreundlich**

Unternehmen verlagern ihr Augenmerk auf Chatbots; App-Store-Anbieter werden sich darüber weniger freuen.



© SMC Social Media Communications